

Protokoll Marketing Ausschuss des TV Mecklenburgische Seenplatte e.V.

29.01.2020, 09:00 – 12:30 Touristinformation Neustrelitz

TeilnehmerInnen:

Winnie Rösner, BÄRENWALD Müritz
 Cornelia Runge, Kur- und Tourismus GmbH Waren
 Jana Koch, TI Teterow
 Karsten Thorun, Amt Röbel Müritz
 Enrico Hackbarth, Kleinseenplatte
 Robert Gardlowski, zoneEINZ, Feldberg
 Gabriele Haack, Müritzparadies
 Martin Kaiser, Nationalparkamt Müritz
 Christin Drühl, Tourismusverband MSE

Nicht anwesend:

Steve Heinecke, Fleesensee
 Angelika Groh, Netzwerk Run
 Alexander Bahr; VZN
 Anja Schlie, Wirtschaftsförderung Meckl. Seenplatte

Datum: 29.01.2020
 Protokoll: Christin Drühl, Winni Rösner

Verteiler per E-Mail:
 Marketingausschuss und Vorstand TV MSE

Protokoll- Kontrolle		
	Das Protokoll der letzten MA- Sitzung wurde bestätigt.	
TOP 1	Projektvorstellung für die Stasi-Haftanstalt in Neustrelitz	
	Dr. Michael Körner (Vorstand) und Kathrin Engel vom Verein Stasi-Haftanstalt Töpferstraße e.V. haben ihr pädagogisches Konzept, die Raumaufteilung und Organisation vorgestellt. Der MA lieferte Input, was aus touristischer Sicht bedacht werden sollte und für die Zielgruppe wichtig ist. Die Eröffnung der Haftanstalt ist für Ende 2020 geplant	
TOP 2	Reisemagazin	
	<p>Status quo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reisemagazin wird als Ergänzung zum GGV von Müritz „plus“ und Kleinseenplatte verschickt, auf Messen und in der Region verteilt • Es bildet die komplette Bandbreite der Seenplatte ab: sowohl bei den Aktivitäten als auch bei den Orten. • Die Kampagnenmedien sind eine themenspezifische Ergänzung • GGV Müritz „plus“ wird „aufgeräumt“, da es das RM gibt • Ziel vom RM: Inspiration und Information <p>Relaunch: Format und Wertigkeit sollen zum jetzigen Zeitpunkt bestehen bleiben (hochwertiger) Haptik wird als gut empfunden, obwohl gerade auf den Messen das Format der Familienbroschüre besonders beliebt ist</p>	

	<p>Ziel: Facelifting - bessere Orientierung durch: Anpassungen im Layout // Überblick zu den Regionen // Themen klarer herausstellen und vereinen (z.B. Wasser) // kurzer prägnanter Einstieg ins Thema // Sortierung nach Themen // auf einzelne Brandings der Regionen zukünftig verzichten-> wenn jedoch Anzeigenplätze und Brandings verkauft werden, wird die rein redaktionelle Zuordnung schwierig -> deswegen Umlagefinanzierung (damit sollen die personellen Ressourcen, die Gestaltung und der Druck abgedeckt werden) Anbieter auf einer Seite zusammenfassen. Z.B. alle Adressen der TIs und ggf. unterstützender Unternehmen.</p> <p>Finanzierung: Die TN stimmen einer Umlagefinanzierung zu, bitten aber um eine Größenordnung als Orientierung, damit sie wissen, ob das überhaupt in ihre Budgets passt. Fraglich, ob die Regionen und TIs das alleine ohne Unternehmen finanzieren können.</p> <p>Umlagesystem auch für Unternehmen? Könnte gleich in den Marketingpaketen mit angeboten werden.</p> <p>Meck. Schweiz hat nur wenig freie Mittel. Frage nach der Solidargemeinschaft, ob starke Regionen die schwachen mit finanzieren.</p> <p>Weitere Anregungen: Titel mit QR Code versehen, so dass man sofort auf den Blätterkatalog kommt und man sich das gleich im richtigen Reader abspeichern kann. Verknüpfung vom Heft ins Web noch mehr verstärken.</p>	
TOP 3	Verteilung Ansommern und Indian Summer	
	<p>Ansommern: GEO Abo, Tagesspiegel Abo/Digital Abo (+ TIs und Netto)</p> <p>Indian Summer: Barbara Abo, Flow Abo, GEO Schweiz Abo, Tagesspiegel Abo (+ TIs)</p>	
TOP 4	Kritik aus der Mecklenburgischen Schweiz	
	<p>Zum wiederholten Male wurde Kritik laut, dass der TV MSE zu wenig für die Meck. Schweiz tue und einzelne Mitglieder sich nicht in den Publikationen wiederfinden.</p> <p>Hier ist noch mehr Aufklärungsarbeit nötig, die durch Fürsprecher gewährleistet sein sollte.</p> <p>Im konkreten Fall handelt es sich um das Hotel Gravelotte und die Bitte an Angelika Groh hier Aufklärung zu leisten und an das Hotel heranzutreten:</p> <p>Die Mecklenburgische Schweiz ist in allen Publikationen als Region vertreten. Obwohl im Gegensatz zu anderen kaum/kein Marketingbudget aus der Region fließt, wird sie häufig umfangreicher als nur mit einem Basiseintrag dargestellt. 2019 fand eine Pressereise zu 70 % in der Meck. Schweiz statt, eine weitere zu 30 %. Auch individuelle Journalistenreisen veranstalten wir in der Region. Online wird die Schweiz gleichberechtigt auf www.mecklenburgische-seenplatte.de mit den anderen Regionen dargestellt und hat darüber hinaus eine eigene von uns betriebene Seite: www.mecklenburgische-schweiz.com. Dieser Service wird von uns <u>ohne</u> finanzielle Zusatzkosten angeboten. Wenn einzelne Anbieter mit ihrem Angebot in den Publikationen auftauchen möchten, ist das über eine Anzeigenschaltung möglich. Dieses Angebot steht für alle gleichberechtigt zur Verfügung.</p>	
TOP 5	Nächste Termine MA-Ausschuss	
	Thema und Termin müssen noch abgestimmt werden	